

SUCCESMAGERNE

Bognyt i Børsen den 20. februar 2004. Anmeldelse af:

Annemarie Østergaard, Succesmagerne, Børsens Forlag, København 2003.

Af Erik Johnsen

Redaktør
STEEN HILDEBRANDT
Professor ved
Handelshøjskolen i Århus

Annemarie Østergaard er som professionel erhvervspsykolog blevet optaget af spørgsmålet 'hvad er det, der gør at nogle mennesker starter fra bunden og ender som indehavere af guld og grønne skove, fysisk og/eller psykisk?. Hvad kendetegner sådanne unike personer, har de en fælles personlighedsprofil, har de haft specielle opvækst- og udviklingsvilkår og hvori består i givet fald personligheden og udviklingsmiljøet?'. Og vil et svar herpå kunne bruges til at udvikle iværksættere og/eller iværksætterkulturer. Begge spørgsmål er det af vital betydning at finde svar på under indtryk af den globale konkurrence, der skyller ind over vort lille velfærdssamfund.

Annemarie Østergaard gør med klædelig beskedenhed opmærksom på at hun ikke venter at finde svaret i sin fremstilling om "Succesmagerne", men der er ikke desto mindre tale om et stykke gedigent forskningsarbejde baseret på interviews med ni kendte iværksættere, der både har overlevet og som stadig lever og så -naturligvis- også baseret på det tunge teoretiske psykologi-apparat. Og der kommer et svar ud af anstrengelserne, forfatterens egen model for succesmageri, som vi så kan tage stilling til om vi kan og vil bruge. Forfatteren er ikke i tvivl, hun har taget første spadestik og arbejder videre i en kreativ kombination af forskning og konsulenttjeneste på at uddybe vores forståelse af hvad der kunne betegnes som succesmagermysteriet.

A.Ø. definerer indledningsvis en succesmagers personlighedsprofil som en kombination af eller en overbygning på en iværksætters og en overlevers personlighedstræk. Bogens hovedformål er at definere og operationalisere sådanne træk. Eller besvare det klassiske forskningsspørgsmål "Hvad er de hver for sig nødvendige og tilsammen tilstrækkelige egenskaber til at fastlægge en succesmager?"

Forfatteren har udvalgt ni personer til indgående kvalitative interviews. De ni, som er offentligt kendte personer og kendte for at have "succes" er følgende: Søren Ejlersen (Økologiske grøntsager), Jacob Jensen (Design), Lars Kolind (Business og Spejderi), Lars Larsen (Købmandsskab), Peter Lassen (Møbler), Marie Poulsen (Fjerkræslagteri), Charlotte Sparre (Tøjdesign), Lars Thraane (Elektronik) og Jane Aamund (Forfattervirksomhed).

Dette udvalg - som ikke giver sig ud for at være repræsentativt - har to fælles træk, der umiddelbart falder læseren i øjnene: de ni har ikke lidt af medieskræk og de er så forskellige og specielle at de må kunne bidrage til et meget bredt felt af erfaring på området. Det, at det er kendte personer der bliver taget under kærlig behandling øger naturligvis appetitten og der kommer spændende beretninger ud af samtalerne.

Det er vigtigt når man skal ind under huden på folk at lade dem berette om tildragelser, som de selv opfatter som betydningsfulde eller afgørende for deres adfærd (i dette tilfælde overlevelse og aktiv iværksætteradfærd). Her er forfatterens egen empati og intuitive kombinationsevne af afgørende betydning, for hun skal jo fornemme om der er nogle fælles invariable dimensioner, der kan sættes sammen til en teori. A.Ø. har valgt syv temaer som illustration af sine iagttagelser: Fattigdom, energi, familien, sundhed og sygdom, omsorg for andre, religion og søskenderækkefølge.

Disse syv forhold har alle spillet en afgørende rolle for den, der senere er blevet succesmager. Men det er vigtigt at understrege at hver enkelt interviewperson har sin helt personlige placering på disse syv målestokke, de er ikke éns. Det er f.eks. ikke sådan at alle har skullet være fattige i barndommen for at få motivation til at drive en succes frem senere i livet. Men de konkrete økonomiske vilkår har altid været af betydning. "Succesmageri...er den metode succesmageren lige fra første færd griber ...sine handlinger an med", og det er en individuel kombination af "viljestyrke, stædighed, indsigt, tro, nysgerrighed, energi og mod" (s.114). Altså i almindelig tale: Normale menneskelige plusegenskaber.

I det vigtige kapitel 3 på 124 sider forsøger Annemarie Østergaard at afsløre Succesens inderste væsen. Det sker ved en gennemgang af succesmagerens motiver, problemhåndtering, personlighed og vilkår og giver sig udslag i følgende ni succesmagertræk: udforskende læring, empati,

ubevidste ressourcer, paradokselasticitet, positiv værdisætning, synergi, serendipitet, teleologisk kompas og progressiv sublimering. Hvis man uden forklaring slyngede disse egenskaber i hovedet på iværksættere på værkstedsgulvet ville de nok lytte vantro og tvivle på at det er sådan nogle som dem, A.Ø. har beskæftiget sig med. Men forklaringen er i bogen eksemplificeret ved konkrete udsagn fra interviewpersonerne, så der er hverken forståelsesproblemer eller manglende inspiration til at anvende skabelonen på én selv. Hvad forfatteren anbefaler og giver instruktion i (kapitel 4).

Annemarie Østergaard giver succesmagernes ledertræk en særlig behandling. Baseret på udvalgte ledelsesteorier karakteriserer hun succesmagernes ledelsesform som et aktivt lederskab kombineret med et talent for at gøre de rigtige ting rigtigt, dvs. differentiere sin lederadfærd efter den konkrete opgave i virksomheden. Ingen af succesmagerne har skabt deres resultater alene og A.Ø. slutter heraf at den der både besidder ledertræk og succesmagertræk har størst chance for succes.

Forfatteren har afbildet folk med overlevelsessevne og iværksætterinitiativ på (primært) en psykologisk model. Dens gyldighed skal efterprøves gennem yderligere studier og gennem praktisk anvendelse. Klart er det imidlertid at vi her har fået en gave i form af et apparat, som kan anvendes af enhver af os og som specielt kan anbefales til folk, der er under personlig udvikling på iværksætterfronten. Og så naturligvis til de institutioner der beskæftiger sig med entrepreneurship.

Annemarie Østergaard, Succesmagerne, Børsens Forlag, København 2003. 288 sider, incl. litteraturliste.

Bøger til anmeldelse sendes til Steen Hildebrandt. Handelshøjskolen i Århus. Haslegårdsvej 10. 8210 Århus V. shi@steenhildebrandt.dk